

# シンガポール「NATAS Holidays 2010」参加について（報告）

財団法人自治体国際化協会 シンガポール事務所

当協会シンガポール事務所では、2010年8月27日（金）から29日（日）まで、シンガポールで開催された「NATAS Holidays 2010」に参加し、日本政府観光局（JNTO）と協力して来場者に日本各地の観光情報を提供しました。特に今回は、11月末から12月にかけての学校休暇時期に旅行を計画している方々をメインターゲットに、秋・冬シーズンに向けた訪日旅行をPRしました。

参加に当たり、各自治体からご提供いただいた観光パンフレット等は、ジャパン・パビリオン中央のVJC（ビジット・ジャパン・キャンペーン）カウンターで、来場者に対し配布・掲示、説明しました。

本国際旅行フェアの概要等について、下記のとおり報告します。

## 記

### 1 開催概要

#### （1）NATAS フェア概要

シンガポール全国旅行業協会（National Association of Travel Agents Singapore：NATAS）が主催する国際旅行フェア。例年2月と8月の年2回開催され、旅行代理店が一般旅行者向けに格安の旅行商品やサービスの販売を行い、毎回6万人前後の来場者があります。

新聞報道によると、今回NATASは売上高、来場者数とも過去最高を記録し、また、来場者を対象に行ったアンケートでは、日本は人気旅行先のトップ5（日本以外では中国、欧州、韓国、台湾）に入ったとのこと。

#### （2）開催時期

2010年8月27日（金）～29日（日）の3日間

#### （3）開催場所

シンガポール・エキスポ（Singapore Expo Halls 3B、4&5）



会場となった EXPO 入口



入場券を購入する列（右側）

(4) 来場者数及び売上高の前年比

イベント名称	NATAS Holidays 2009	NATAS Holidays 2010	対前年増加率 (2009-2010)
出展ブース数	994 ブース	1,091 ブース	9.8%
合計来場者数	61,941 人	70,469 人	13.8%
初日	16,770 人	19,668 人	17.3%
2日目	23,791 人	27,142 人	14.1%
3日目	21,380 人	23,659 人	10.7%
売上高*	5.700 万 S\$ (約 37 億円)	8,500 万 S\$ (約 55 億円)	49.1%

※ 1 S\$ (シンガポールドル) = 65 円で比較した場合。

(資料: NATAS 発表)

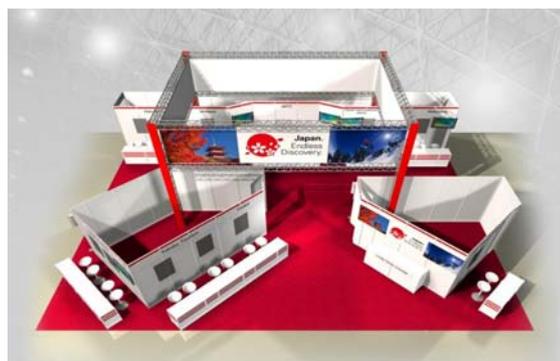
## 2 ジャパン・パビリオンについて

ジャパン・パビリオンへの出展団体数は 17 団体と、前回、前々回の 13 団体を上回り、過去最多となりました。今回のフェアでは、宿泊施設、リゾート施設、また民間事業者による協議会等の参加が増加しました。

なお、下線の 6 団体については、NATAS フェア初参加となっています。

【出展団体】※下線は NATAS フェア初参加

中央内陸県連合広域観光推進協議会 (山梨県・長野県・岐阜県)、九州観光推進機構、日本学生支援機構、神奈川県・静岡県、The Real Japanいしかわプロジェクト推進協議会、東北観光推進機構、岐阜県、北陸国際観光テーマ地区推進協議会、オリエントaland、北海道観光振興機構、松本観光コンベンション協会、東京観光財団、プリンスホテル、ルスツリゾートホテル&コンベンション、大阪市シンガポール事務所、トマムリゾート、観光庁/JNTO



ジャパン・パビリオンのイメージ図

(NATAS Holidays 2010 実施概要最終報より)



大賑わいのジャパン・パビリオン

### 3 自治体からのパンフレット等提供状況

当協会支部を通じて、自治体の観光パンフレット等の提供を依頼した結果は以下のとおりです。ご提供いただいた資料はVJCカウンターに配置し、来場者等に全て配布しました。

- (1) 観光パンフレット 25 団体 6,620 部
- (2) ポスター 12 団体 26 枚
- (3) DVD 12 団体 15 枚



ご提供いただいた自治体パンフレット



VJC カウンターの様子

#### 【ご提供いただいた自治体】

青森県、宮城県、茨城県、群馬県、千葉県、東京都、新潟県、富山県、長野県、愛知県、三重県、滋賀県、奈良県、鳥取県、岡山県、徳島県、愛媛県、高知県、さいたま市、川崎市、静岡市、京都市、堺市、神戸市、広島市、福岡市

### 4 来場者に対する PR 方法について

#### (1) クレアシンガポール事務所職員による PR

ジャパン・パビリオン中央のVJCカウンターにおいて、JNTOと協力して来場者に対し各自治体の観光パンフレットの配布や説明を行い、日本各地の観光情報の提供やPRを行いました。

#### (2) シンガポール事務所による出展支援

今回、当事務所がジャパン・パビリオンに確保した1ブースを、今回初出展となる松本観光コンベンション協会に無償で提供しました。日本から派遣された松本観光コンベンション協会の方が、ブースにて地域の観光PRを行いました（詳細は別添「松本観光コンベンション協会 報告書」参照）。



甲冑を着用してPRする松本ブース

## 5 NATAS 併催事業について

今回、NATAS 併催事業として、8月26日（木）に羽田便就航レセプションが、30日（月）には、羽田をテーマとしたパネルディスカッション・商談会が開催されました。

### （1）羽田便就航レセプション（8月26日（木））

羽田便の就航が訪日旅行市場に与えるインパクトは大きく、JNTOはこの機運を盛り上げるべく、2006年のJNTOシンガポール事務所開設以来、初めてとなる航空3社（JAL、ANA、SIA（シンガポール航空））との共同プロモーションをセントレジスホテルで開催しました。

レセプションでは、10月21日（木）にオープンする新設国際線旅客ターミナルビルが紹介されました。特に、羽田の魅力として、①24時間稼働する空港であること、②東京都心からの高い利便性、③国内線乗り継ぎの利便性、の3点が強調されていました。



羽田空港国際化をPRする東京国際空港ターミナルの平井企画課長

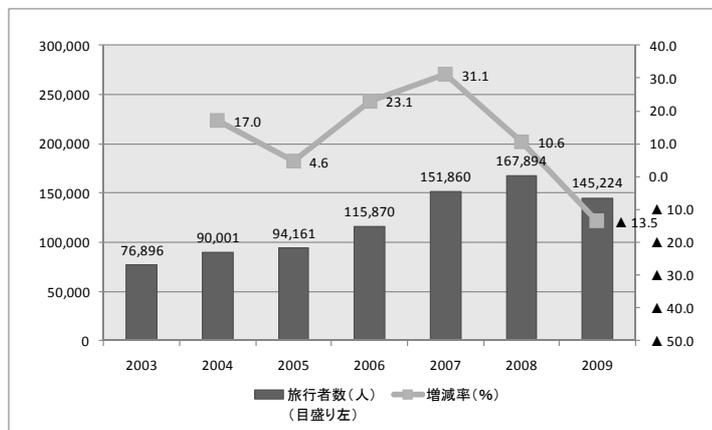
### （2）羽田便就航パネルディスカッション、商談会（8月30日（月））

シンガポール、マレーシア、インドネシアから旅行業界関係者約100名が参加し、第1部では、羽田便の認知度を高め、利用促進を図るパネルディスカッションが開催されました。

また、第2部の商談会では、NATASにもブース出展した日本の自治体関係者等26団体が商談ブースを設け、訪日旅行情報の提供が行われました。

## 6 シンガポール市場における訪日旅行を取り巻く状況

「国際観光白書2009（JNTO）」によると、シンガポールからの訪日旅行者数は、シンガポールが2005年にVJCの重点市場に指定されて以降、急激に増加してきました。2008年には、シンガポールも世界的な景気後退の影響を受け、中・長距離の旅行需要が冷え込みましたが、2009年後半にはその反動の影響もあり、大きく回復しました。JNTOシンガポール事務所（平成22年8月24日報道資料）によると、特に訪日旅行者数では、2010年1月～6月累計で77,400人、前年同期比44.0%の増加を記録したとのことでした。



シンガポールからの訪日旅行者数の推移（JNTO発表資料より作成）

景気回復傾向の顕著なシンガポールにおいては、その後も順調に旅行需要が伸びており、新聞報道によると、地元旅行代理店の間では、年末の旅行シーズンに北海道や韓国・釜山、台湾などに向けたチャーター便を企画する動きが広がっているとのこと。旅行商品の売れ行きが好調な中、航空会社から配分された定期便の座席数不足、そして景気後退時に削減した輸送力が未だ回復していないことが主な要因とされています。

## 7 おわりに

近年、シンガポール市場においては、訪日旅行の形態が団体旅行から FIT（個人旅行）へと急速に移りつつあります。東京、京都そして北海道といった知名度の高い観光地の情報に加え、それ以外の地域の情報や、そこに至る具体的な交通手段、飲食店及び宿泊施設などに関する詳細な情報を求める声が高まっています。

自治体が PR に用いる観光パンフレット等は、今後、このようなニーズに対応することが望まれています。これに関して、ジャパン・パビリオンに出展した自治体関係団体に話を伺ったところ、以下のような意見が寄せられました。

- 来場者に地域を説明する際に地図は欠かせず、具体的な情報が求められる。例えば、直行便のある最寄りの国際空港から地域の観光地までの詳細なアクセス・費用が明記されていると、FIT を計画している来場者に対して詳しく説明することができる。また、地域の名産品や旬の果物が味わえる飲食店の情報、特徴のある宿や温泉などの情報が記載されていると良いのではないかと。
- 観光ルートのモデルコースを掲載した観光パンフレットが好評だった。モデルコースは広域レベルで造成することが望ましい。また、東京周辺で7日間の滞在を予定しているので、その間に1泊2日程度で気軽に行ける観光地を知りたい、といったように、知名度のある地域に滞在する旅行者がその近郊へ短期滞在したいという要望が多く聞かれるので、このようなニーズに応えた観光ルートを紹介できると、誘客に繋がると思われる。
- 桜、紅葉、雪、温泉といった、シンガポール人に特に人気の高い観光地については、来場者からそれらの最適な時期について聞かれることが多いので、観光パンフレットでは、例えば桜の名所までのアクセスと見ごろ時期を紹介することで、FIT を計画している方に活用していただけるのではないかと。
- シンガポールの車両は日本と同じ左側通行のため、日本でも車を利用した旅行に馴染みやすいという利点を活かし、近年はレンタカーに関する情報を充実させている。

自治体関係の出展団体は、NATAS フェアの開催に併せて、ブース出展以外にも以下のような広報宣伝活動を行っていました。皆一様に、大切なことは継続してプロモーションを行い、地道に広報宣伝活動を続けることであると考え、新聞広告の掲載や旅行会社へのセールスコール、商談会への参加等、NATAS フェア前後を含めた観光 PR を行っていました。

- 旅行雑誌に全5ページの広告を掲載し、出展ブースにおいて当該旅行雑誌を配布及び掲載ページを活用した観光情報の提供。
- NATAS フェア用に旅行会社と作成した旅行商品を新聞広告へ掲載。また、NATAS フェア会場では、当該商品購入者に対してギブアウェイ（景品）を提供。
- NATAS フェア会場は広く、来場者は目的の出展ブースを探すのにも苦労する程であり、まず出展ブースの位置を知ってもらうことが重要であるため、ブース位置を明記したチラシを1日2回配布。

今回出展していた自治体関係団体に対し、今後のアセアン地域における国際旅行フェア等での訪日旅行者誘致活動の予定について伺ったところ、シンガポールは重点地域のひとつであり、NATAS フェアへの出展は継続する予定である、との団体が多数ありました。一方で、いくつかの団体では、中国人観光ビザの緩和により観光客の大幅な増加が見込まれること等から、今後の活動は、アセアン地域から中国へとシフトしていくことも考えられる、とのことでした。

アセアン地域内では、シンガポールとともにタイで活動している団体が多く、例年2月に開催されているタイ最大の国際旅行フェア「TTAA Travel Fair」への出展を予定しているという声も聞かれました。

その他の動きとしては、2010年度からVJCの重点市場国へ格上げされたマレーシアにおける最大の国際旅行フェア「MATTA Fair」へ出展したいとの意向を持つ団体もありました。

例年、シンガポールの学校休暇時期である11月から12月にかけては、航空座席の確保が課題とされてきました。そのような中、今回のNATAS フェアでは10月31日（日）の羽田空港国際化が大きく紹介されていました。羽田便の就航で1日当たり4便増加することにより、座席の確保がし易くなること、また、国内線への乗り継ぎの利便性が向上することから、今後は日本各地への旅行者の増加が見込まれています。

自治体関係団体からは、訪日旅行のリピーターが多く、まだあまり知られていない日本の魅力ある地域へのニーズが高いシンガポール人にとって、羽田便の就航は新たなビジネスチャンスだととらえている、との意見がありました。

また、これまで陸路を利用したアクセスを中心に観光ルートを紹介していた地域にとって、今後は羽田便を利用し短時間で移動することで、地域での滞在を存分に楽しんでもらうなど、選択肢の幅が広がるといった声も聞かれました。

さらに、羽田便就航による便数の増加は訪日旅行者数の増加に繋がると思われ、羽田近郊の自治体では、これまで以上の集客効果を期待しているとのことでした。今後、自治体の観光パンフレットにおいても、羽田を起点とした地域へのアクセスを紹介するなど、その利便性を活かした観光ルートのPRが可能になるものと思われまます。

最後に、当事務所では、アセアン地域で自治体が行う訪日旅行客誘致活動を支援するため、今後も国際旅行フェアへの出展を希望する自治体への支援等を通じて、訪日旅行の促進を図っていきたいと考えています。

担当：シンガポール事務所 矢部

yabe@clair.org.sg

**～次回 NATAS Travel 2011 開催予定～**

日時：2011年2月25日（金）～27日（日）

場所：Singapore EXPO

松本観光コンベンション協会

## 報 告 書

平成 22 年 9 月 3 日

件 名	NATAS Holidays 2010 (シンガポール国内最大の旅行フェア)、および Visit Japan Travel Trade Meet (現地エージェントとの商談会)
日 時	平成 22 年 8 月 27 日～8 月 30 日
場 所	シンガポール、Singapore Expo & Suntec

## 趣旨・結果等

8 月 26 日から 8 月 31 日まで、海外誘客宣伝事業の一環として、シンガポールで開催された「NATAS Holidays 2010」に参加・出展、および現地エージェントとの商談会「VISIT JAPAN TRAVEL TRADE MEET」に出席しました。その概要は、下記のとおりです。

## 1 旅行博の概要

- (1) 名 称 NATAS Holidays 2010  
 (2) 主 催 NATAS(日本でいう JATA、つまりシンガポール旅行業協会)  
 (3) 日本事務局 JNTO シンガポール事務所  
 (4) 会 期 2010 年 8 月 27 日(金)～8 月 30 日(日)  
 (5) 会 場 シンガポール・SINGAPORE EXPO

## 2 当協会の事業概要

- (1) 旅行博へのブース出展  
 (2) NATAS 共催事業「VISIT JAPAN TRAVEL TRADE MEET」商談会へ参加

## 3 旅行博出展事業

## (1) 日別入場者数

		初日	2 日目	3 日目	合 計
2009	開催日	8/28 (金)	8/29 (土)	8/30 (日)	61,941
	入場者数	16,770	23,791	21,380	
2010	開催日	8/27 (金)	8/28 (土)	8/29 (日)	70,469 (+13.8%)
	入場者数	19,668 (+17.3%)	27,142 (+14.1%)	23,659 (+10.7%)	

★全体の売上は 8,500 万 SGD ≒ 55 億 2 千 5 百万 (前年対比 137.1%)

ブース数は 1,091 ブース(前年対比 109.8%)

訪問地の売り上げトップは韓国(速報)

## (2) 松本観光コンベンション協会ブース

### ア ブース装飾

- ・(桜の)松本城、上高地、白骨温泉のポスター掲示
- ・42インチモニターにて松本城、自然、温泉等のスライドショー、またDVDビデオ放映
- ・松本てまり、DC キャンペーンウェットティッシュ、根付け、折り鶴をデスク上
- ・上部看板(MATSUMOTO, at the base of Japan Alps) 1枚
- ★ブース自体が144cmしかなく豊富な装飾は出来なかったが、その分をiPadでのスライドショー、プレゼンにより補った。

### イ 実施内容

- ・松本城、上高地を主に観光エリアの魅力紹介。また、モデルコースもシンガポール専用を作成したので、エージェントもさることながら、FITの個人消費者にも訴求出来た。
- ・中央内陸県連合広域観光推進協議会(山梨・長野・岐阜)、岐阜県と連携した情報発信。特に、中央内陸… 作成の中部圏(大阪から東京まで網羅)の地図は非常に有効であった。
- ・初日は16:00-19:00、二日目14:00-20:00、最終日11:00-20:00の時間帯で、甲冑着用によるPR、記念撮影実施。ブースカウンター回り、ジャパンパビリオン内、会場エントランス付近にて活動。
- ・ブースでは情報と一緒に根付け鈴をギブアウェイとして配布。
- ・立ち止まった消費者には直ぐにiPadの画像を見せて足を止まらせる。
- ・岐阜県(高山市)の隣、という事を強調し、岐阜県ブースに訪れた消費者を松本ブースに呼び込む。個人から松本へのFITの相談を3件ほど受け、その場でモデルコース作成。
- ・会場内のエージェントブースを回り、松本の情報を渡しながらか、ツアーの造成・販売状況をしらべ。

### 所感

- ・ある程度予想はしていたものの、ほとんど全ての消費者は「松本」という言葉自体初めて聞く、という感がある。セントラルジャパンと説明しても分からない、松本は北海道のどこだ、という消費者もいるくらい。一方で、やはり北海道の認知度、人気は一番。
- ・その点、岐阜は認知されている方で、岐阜に行くから、岐阜に行きたいからと目的を持ってブースに来る消費者が意外に多かった。
- ・時期が時期だけに11-12月の物を求めている消費者が多かったが、iPadで松本城の桜、美ヶ原高原の放牧の風景等を見せると興味を示す。
- ・特に興味を示したのは、乗鞍の「雪の壁」ほとんどの人がアルペンルートの雪の大谷と勘違いいかにアルペンルートの雪の壁の認知度が高いかを実感した。逆手を取り、アルペンルートと比較して、東京、名古屋から近い、料金も格段に安い、非常に静かな環境等をアピール。
- ・桜の時期の問い合わせも多かった。松本の桜と共に、阿智村の「花桃」を紹介すると、非常に興味を示す。
- ・会場内ブースでは、常に満席のエージェントブースも見られ、サプライヤー関係のブースでは、日本パビリオンが一番人気、日本人気を裏付けしている。
- ・対エージェントとしては、学校の先生の下見ツアーを計画している会社に今後共情報提供。
- ・北海道でさえ10年、岐阜県は物産を絡めた派手なプロモーションでシンガポールに対し認知度を上げてきた。我々も継続してシンガポールを重点地域と捉える必要がある。
- ・今回は、自治体国際化協会(クレア)シンガポール事務所ブース借用という形で、ブース出展料や輸送費の一部をクレアに負担していただき、低予算で出展することができた。おかげで、計画より1年早く出展できた。またクレアの担当者からは、きめ細かな情報提供や調整によりサポートしていただいた。資金とマンパワー両面の支援によって、新規参入を果たすことができたことを深く感謝したい。

#### 4 商談会(観光庁・JNTO 主催 併催事業) NHK ワールドニュースが取材

##### (1) 参加者

日本側: 地方自治体、観光関連、観光施設関係者等 22 団体、約 40 名  
シンガポール側: シンガポール、マレーシア、インドネシアの訪日旅行を取り扱う旅行会社  
75 社 約 160 名、メディア関係約 10 名

##### (2) 商談(我々サプライヤーがデスクを持ち、バイヤーが自由に商談)

・SAKURA HOLIDAY(マレーシア)、HOLIDAYS/、AISC/  
ALPHA INT'L SERVICE CORP.(マレーシア)、HELLO HOLIDAY(マレーシア)、TRIPS  
INT'L、MISA、SAKURA HOLIDAY(インドネシア)、FOLLOW ME JAPAN、AIRLATED  
TRAVEL 計 9 社

★松本の情報発信。旅行企画の手伝い、旅行催行中の対応等、我々をホットラインとして  
活用してほしい旨案内。特定のホテル情報、また日本のランドオペレーターの情報が必要との  
事で、連絡する。

##### 所感

- ・さすがにエージェントは中部(CENTRAL JAPAN)の情報を求めているだけあって商談にも現実味があった。
- ・マレーシア、インドネシアのエージェントにも会えたのは収穫。今後定期的な情報発信が必要。
- ・羽田空港の増強により、輸送量が増え座席の確保に苦労しなくなるとか、都心まで 15 分とかが盛んに強調されているが、本来のメリットは、羽田より国内線で全国 50 カ所に乗り継げるという事。羽田路線を持つ地方都市(例えば広島や青森)にとっては朗報であるだろうけど、松本にとっては、はたしてどうなのか？